

# Á AÐ EFLA SAMSTARF Á NORÐUR ATLANTSHAFI UM ÞORSKINN?

Árið 1980 voru Íslendingar með um 10% af framboði hvítfisks í heiminum. Árið 2020 má gera ráð fyrir að sú tala verði komin í rösklega 1%. Þurfum við að bregðast við þessum breyttu aðstæðum á markaði með hvítfisk? Er ástæða til að skoða með auknið samstarf við nágrannabjóðir okkar um kynningu á Atlantshafsporskinum, meðal annars á á mörkuðum eins og í Asíu?

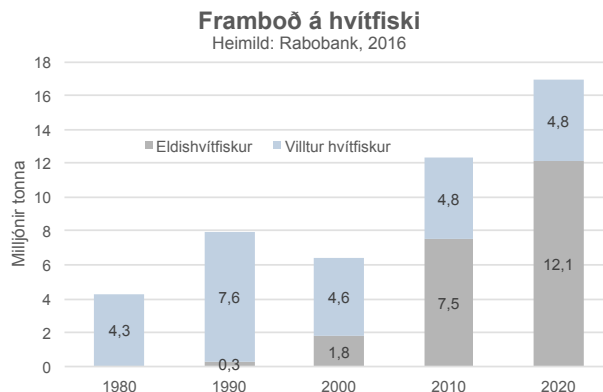
Með bættri fiskveiðistjórnun hefur framboð af villtum hvítfiski haldist nokkuð stöðugt á undanförunum árum eða sem nemur tæpum 6 milljónum tonna. Stærstu stofnarnir eru Alaskaufsinn, sem er 3 milljónir tonna og Atlantshafsporskurinn sem er um 1 milljón tonn. Þessi stöðugleiki er góður fyrir íslenskan sjávarútveg en þó kann samkeppni við hvítfiskeldi að fara harðnandi. Hvítfiskeldi sækir mjög í sig veðrið um þessar mundir og hugsanlegt er að auknið framboð af eldisfiski muni hafa áhrif á markað með villta hvítfiskstofna. Þetta voru helstu skilaboð Gorjans Nikoliks sérfræðings hjá Rabobank á Hvítfisksfundi Marels í Kaupmannahöfn nýverið.

## HVÍTFISKELDI VEX HRATT

Á meðan stöðugleiki ríkir í framboði hvítfisks má gera ráð fyrir að hvítfiskeldi vaxi hratt á næstu árum. Hvítfiskeldi samsvarar nú yfir 10 milljónum tonna og gera má ráð fyrir að eldið verði komið yfir 12 milljónir tonna árið 2020. Þær fisktegundir sem um ræðir eru einkum tilapia og pangasius. Á myndinni hér á síðunni má sjá framboð á hvítfiski 1980 til ársins 2020 (áætlan). Á myndinni sést vel hvernig villti fiskurinn verður stöðugt minna hlutfall af heildarframboði.

All nokkur munur er á hvíta eldisfisknum og villta Atlantshafsporskinum með tilliti til gæða, næringarinnihalds, uppruna og sjálfbærnisjónarmiða. Á það ber þó að líta að þekking neytenda á gæðum fisks er í mörgum tilfellum verulega takmörkuð og stórir aðilar á neytendavörumarkaði, þeir sem ráða yfir söluborðum matvörumarkaða, eru að auka fjárfestingar í hvítfiskeldi. Þessir aðilar, sem eru oft ráðandi á stórum parti neytendavörumarkaðar, sjá fyrir sér að eldishvítfiskur verði næsta „kjúklingabylting“, þ.e. hægt verði að útvega neytendum ódýrt fiskiprótein úr eldisfiski á komandi árum og áratugum. Þá eru fleiri veitingastaðir að nota þessar eldistegundir. Umtalsvert hefur þó dregið úr vexti á því sviði eftir að reglur voru settar um að veitingaaðilar þurfi að tilgreina hvaða fiskur er notaður í rétti þeirra.

Árið 2020 má gera ráð fyrir að framboð á hvítfiski nemi allt að 20 milljónum tonna. Magn Atlantshafsporskins verður þá orðið um 5% af heildarframboði hvítfisks. Atlantshafsporskurinn mun því eiga í stöðugt harðari samkeppni við annan hvítfisk og eina svarið við því er að



efla markaðssetningu á villta þorskinum og aðgreina hann betur frá eldisfiski.

## AUKIÐ SAMSTARF?

Spurningin er hvernig er skynsamlegast að standa að slíkri markaðssetningu? Tekst Íslendingum að efla ímynd Íslandsþorsksins, sem er rösklega 1% af heildarmarkaði hvítfisks, og fá áfram hærra verð? Aðilar eins og Íslandsstofa hafa unnið gott starf við að kynna meðal annars Íslandsþorskin í Suður Evrópu og þótt fjármagn til kynninga sé af skornum skammti hafa kynningarnar vakið athygli. Ugglaut ná Íslendingar áfram að selja þorskin sem hágæðavöru og á góðum verðum. Hættan er hins vegar að sú að áfram fækki kaupendum af dýrri matvöru í Evrópu þar sem efnahagslíf okkar stærstu markaðssvæða í Evrópu hefur átt undir högg að sækja.

Ísland þarf því bæði að treysta ímynd Íslandsþorsksins á harðnandi markaði og þar sem meira úrval er af hvítfiski og um leið að sækja meira á ný markaðssvæði eins og Asíu þar sem hagvöxtur hefur verið meiri, millistétin fer vaxandi og áhugi er til staðar á sjávarafurðum frá kaldsjávarlöndum. Í þessu sambandi þurfa Íslendingar að skoða hvort hyggilegt geti verið að efla samstarf við Norðmenn, Rússa og Færeyinga um kynningu á Atlantshafsporskinum á fjærmörkuðum. Allar þessar þjóðir eru að auka gæði í vinnslu og veiðum á þorski. Vel má hugsa sér að unnið verði sameiginlegt „brand“ fyrir Atlantshafsporskin og að jafnvel á fjarlægustu mörkuðum, sem brýnt er að hefja sókn á, geti þessar þjóðir sameinast í markaðs- og sölustarfi. Þarna gæti reynsla fisksölufyrirtækjanna héraendis í hvítfiski og reynsla Norðmanna í sölu á hvítfiski og laxi á þessum slóðum reynst happadriúg í samstarfi. Aðal atriðið er að aðstæður á mörkuðum eru að breytast og ástæða er til að ræða hvernig bregðast eigi við.

## Nánari upplýsingar veitir:

Þór Sigfússon

thor@sjavarklasinn.is

Íslenski sjávarklasinn s. 577-6200 Grandagarði 16, 101